

経営サプリメント



株式会社ダストボックス
代表取締役
高杉 卓也
2000年 志向学会グループ(学習塾)入社
2014年 FFP行政書士事務所オフィスハル創業
2018年 株式会社ダストボックス設立
(個人事業を継続しつつ法人経営も行う)
【資格・認定】
・キャッシュフローコーチ(認定)
・行政書士 ・ファイナンシャルプランニング技能士
・証券外務員 ・DCプランナー ・終活カウンセラー

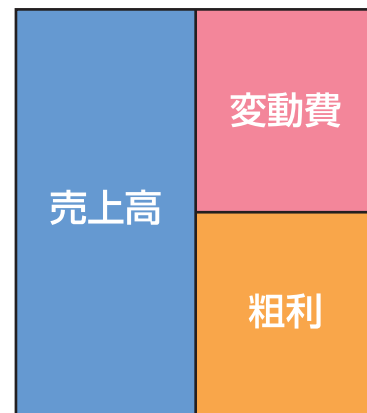
粗利率の意味を知り大切さを理解すると、利益が出る理由

よく経営者と話していると「売上」や「利益」というキーワードが出てきますが、「粗利率」を意識されている経営者はどれほどいらっしゃるでしょうか？

粗利率とは？

粗利率は「粗利÷売上高」から求めることができます。
粗利は「売上高-変動費」で求められます。変動費とは、売上に伴って変動してくるもので、一般的には仕入れや外注費がそれにあたります。つまり、売上から仕入れや外注費を引いた数字が粗利、その粗利を売上高で割ると「粗利率」を求めることができます。
例えば、タクシー会社の変動費とはなんでしょう？タクシーの売上はお客様を乗せて移動した距離に応じて変わります。ということは、移動した距離に応じてかかる燃料代が変動費ということになります。では、歯科医院はどうでしょうか？歯科医院の変動費は大きく分けて2種類あります。1つ目は金属やセラミックなどの材料費です。そしてもう1つは歯科技工士に外注する技工料になります。

自社の変動費がわからなければ仕入れと外注費で計算してみてください。



粗利率は業界によって異なる

粗利率は業界によって異なります。例えば、経営コンサルタントのように仕入れや外注費といった変動費のない業種は売上高がほぼ粗利になります。
主な業界のざっくりとした粗利率をお伝えすると、卸売業15%、スーパー30%、メーカー50%、飲食店70%、歯科医院80%となります。しかし、同じ業種でも粗利が異なる場合があります。それは、安さを売りにするスーパーなどです。他店よりも値引きすることによって集客を促すビジネスモデルでは、他店に比べ粗利が減少することになります。

業界	粗利率
卸売業	15%
スーパー	30%
メーカー	50%
飲食業	70%
歯科医院	80%

同じ業種でも販売戦略によって粗利率が異なる場合があります。

なぜ、売上よりも粗利が大事？

売上として入ってくるお金のうち、変動費分は自社を素通りして出ていってしまいます。だから実質的な自社の収入は売上高ではなく「粗利」ということになります。ということは、変動費に含まれない人件費などの経費は全て粗利の金額内に抑える必要がありますし、借入金の返済の元本も粗利の中に抑える必要があるということになります。

ディスカウントで得する人と損する人、その違いとは？

突然ですが、みなさんにクイズです。
Q. 価格10,000円の万年筆を販売する会社が2社あります。
A社では、その万年筆を5,000円で仕入れて価格通り10,000円で1カ月に10個販売しています。
B社では、同じ商品を同じ額で仕入れて、8,000円で1カ月に14個販売しています。
つまり、B社は20%値下げしたことで、販売数が40%アップしていることとなります。
みなさんが経営者だったら、A社、B社、どちらの判断を選びますか？



商品の「粗利率」が低い場合

単純に売上で判断せずに、粗利や利益で判断することが大切です。
今回、A社は5,000円で仕入れて10,000円で売るので、粗利率は50%。
1本あたりの変動費は5,000円で、粗利は5,000円となります。
一方、その同じ万年筆を8,000円で販売しているB社は、1本あたりの変動費は同じく5,000円ですが、2,000円分値下げしているということなので、粗利は3,000円で粗利率37.5%となります。この場合A社の選択の方が儲かるということです。値引きは会社の利益を損なうからよくないか、と言われると必ずしもそうではありません。

次に粗利率が高い場合の値引きについて見てみましょう。

商品の「粗利率」が高い場合

仮にその商品を、価格10,000円、粗利率80%の「セミナーCD教材」とします。すると、10,000円で販売しているA社は、1個あたりの変動費は2,000円で、粗利は8,000円(粗利率80%)となります。
一方、その同じセミナーCD教材を8,000円で販売しているB社は、1個あたりの変動費は同じく2,000円です。そして、2,000円分値下げしているということなので、粗利は6,000円(粗利率75%)となります。

このとき、それぞれに販売個数を掛け算すると、売上と粗利はそれぞれどうなるでしょうか？今度はB社が売上も粗利も高い結果となりました。ただ、値引きをした場合、販売個数の増加に伴い、人件費や目に見えにくいコストが発生することもあるので要注意です。

いずれにしても、**値引きセールスなどの価格設定をするときは、ちゃんとシミュレーションをしておかないと思わぬ損をしかねない**、ということです。売上だけでなく、粗利も含むシミュレーションが必要になります。粗利が多い商品は、ある程度の値引きをしても相応にたくさん売れば利益はアップする可能性は高いですが、もともとの粗利が少ない商品の場合、ちょっとした値引きでも利益を圧迫してしまうことがわかります。

常に粗利率を意識する

自社の商品を販売する場合に常に粗利率を意識してください。そして、仕入れた商品の価格設定をする計算式も併せて覚えましょう。
「**原価(仕入れ値)÷原価率**」です。
例えば、原価が10,000円の商品に2割の粗利(粗利率20%)を含めて販売するとします。その場合の販売価格は12,000円ではありません。粗利率が20%ということは、原価率が80%ということになり、上の式に当てはめると「10,000円(原価)÷0.8(原価率)=12,500円(販売価格)」となります。価格設定の段階で損をしないように気をつけてください。
粗利を意識できるかどうかで経営の仕方が変わってきます。また、複数年の粗利率を比較するとどんな経営だったか、またその判断がどうだったかが見えてきます。そして、業界の粗利率と自社の粗利率を比較し、自社の粗利率が低い場合には価格設定の見直しが必要になるかもしれません。すべての企業に粗利率を意識した経営をオススメしたいと思います。

